



Jurídico

ENTRADA EN VIGOR DE LA LEY SILLA EN EL MES DE JUNIO DE 2025

[LEER MÁS](#)



Industria

DICARES Y UCSJ ESTRATEGIA PARA PROFESIONALIZAR EL SECTOR RESTAURANTERO

[LEER MÁS](#)



Turismo

YA VIENE EL TIANGUIS TURÍSTICO 2025 EN BAJA CALIFORNIA

[LEER MÁS](#)



Capacitación

CONTROL DE COSTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

[LEER MÁS](#)

En la cocina, cada segundo cuenta

Haz que todo fluya con Toteat, el software todo-en-uno que tu restaurante necesita.

[Ver Más](#)



toteat
software para
restaurantes



Gastronomía

TIPS PARA ELEGIR PESCADOS Y MARISCOS FRESCOS, ¡TOMA NOTA!

[LEER MÁS](#)



Responsabilidad Social

COMPARTIMOS CONTIGO LOS RESULTADOS DE PLATILLO SOLIDARIO 2024

[LEER MÁS](#)



Vino

MÉXICO, TIERRA DE VINOS: LA INDUSTRIA VITIVINÍCOLA NACIONAL BAJO LA LUPA

[LEER MÁS](#)



Gastronomía

“LA COCINA MEXICANA ES TRADICIÓN Y CONSTANTE EVOLUCIÓN”: GABRIEL CÁRDENAS

[LEER MÁS](#)

Mifel el banco que te paga por ahorrar:

10% anual*



tu dinero y rendimiento, siempre disponible.

Abre tu cuenta



en solo 5 minutos

GAT tasa fidejatos y de compensación a partir de \$100 pesos (límite pesos 00/100) (1) GAT nominal de 10.52% anual antes de impuestos. GAT real de 6.51%. La GAT real es el rendimiento que obtendrás después de descontar la inflación estimada. *La tasa de interés fija anual bruta es de 10.00%. Consulta Términos y Condiciones, requisitos de contratación, unidad monetaria, cobertura geográfica, comisiones y folio informativo en www.mifel.com.mx. Fecha de cálculo de GAT Nominal y Real: 25 de septiembre de 2024, vigentes al 31 de diciembre de 2024. Vigencia de la promoción del 10% de octubre de 2024 hasta el 31 de diciembre de 2024. Producto garantizado por el FND (tasa por 40.00 mil USD) por persona, por banco. Para mayor información consulta la página www.mifel.com.mx. La marca MIFEL es una marca registrada propiedad de GRUPO FINANCIERO MIFEL S.A. DE C.V.





AMR

ASOCIACIÓN MEXICANA
DE RESTAURANTES, A.C.
DESDE 1948

ÚNETE
a la
AMR



amr.org.mx

76 AÑOS
Representando a la
industria restaurantera
en México y el mundo

INICIO





Jurídico

El próximo mes de junio de 2025, entrará en vigor la Ley Silla, cuyas disposiciones son de carácter obligatorio para todos los patrones.

La Ley Silla obliga a los patrones a proporcionar asientos con respaldo a sus trabajadores y prohíbe jornadas de trabajo de pie, con lo que se busca reducir los riesgos de salud asociados con el trabajo prolongado en una posición vertical, tales como lumbalgia, tendinitis, várices y fatiga muscular, entre otras.

Fundamentalmente se aplicará a los sectores de comercio y servicio, y a otras industrias dependerá de que no represente un riesgo para la seguridad de los trabajadores.

La Secretaría del Trabajo y Previsión Social tuvo 30 días hábiles para emitir las normas que regulen los factores de riesgo de trabajo relacionados con el cumplimiento de la Ley Silla, sin embargo, no hay antecedentes de ello.

ENTRADA EN VIGOR DE LA LEY SILLA EN EL MES DE JUNIO DE 2025

De diversos estudios realizados, se considera que permitir pausas activas y el acceso a asientos adecuados, mejora la productividad y disminuye el ausentismo laboral, así como la calidad de vida en el entorno laboral.

La Ley Federal del Trabajo obliga a las empresas a garantizar condiciones adecuadas para sus empleados, y esta nueva disposición refuerza dicha obligación, cuyas verificaciones de cumplimiento estarán a cargo de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

Las empresas deben establecer disposiciones claras y precisas sobre el uso de los asientos de descanso dentro de las jornadas laborales, y llevarlas al Reglamento Interior de Trabajo, donde se contengan las pausas para descansar durante su jornada laboral, lo cual dará certeza y claridad. Esto no desvirtúa el derecho de los trabajadores para que dentro de su jornada de trabajo continúen disfrutando de treinta minutos como mínimo para tomar sus alimentos o descansar, pues este es un derecho que ya estaba contemplado en la Ley Federal del Trabajo antes de la aprobación de la Ley Silla.

Las multas para los patrones que incumplan la Ley Silla, oscilan entre 250 hasta 2,500 veces la Unidad de Medida y Actualización (UMA), que tiene un valor actual de 108.57 pesos, por lo que estarán entre \$27,142 y \$271,425.

En casos de reincidencia, la Secretaría del Trabajo y Previsión Social podría ordenar la suspensión temporal de las actividades de la empresa, hasta que se garantice el cumplimiento de la Ley Silla.

FUENTE: Jurídico AMR

INICIO



Industria

La asociación de Directores de Cadenas de Restaurantes (DICARES), A.C., y la Universidad del Claustro de Sor Juana (UCSJ) firmaron una Carta de intención para acciones de colaboración entre ambas instituciones.

Este documento expresa el interés de establecer las bases de colaboración y coordinación entre DICARES y la UCSJ para el desarrollo del programa de prácticas profesionales por parte de las y los estudiantes de la Licenciatura en Gastronomía de El Claustro, a realizarse en forma presencial (o a distancia) en las instalaciones de los miembros afiliados a dicha asociación.

Asimismo, se consigna la disposición de la bolsa de trabajo que los afiliados a DICARES puedan ofrecer a estudiantes y personas egresadas de la UCSJ.

DICARES Y LA UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA ESTABLECEN ESTRATEGIA PARA PROFESIONALIZAR EL SECTOR RESTAURANTERO

Con la firma de la carta, la UCSJ busca fortalecer sus vínculos con actores fundamentales de la cadena de valor gastronómica, a través de del programa de prácticas profesionales del Colegio de Gastronomía, para contribuir a la profesionalización de la gastronomía y fortalecer sus vínculos con el sector restaurantero del país.

Signaron el documento, por DICARES, su presidenta Mireya Ruiz Vilar, y por la Universidad del Claustro de Sor Juana, el rector Rafael Tovar.

La asociación de Directores de Cadenas de Restaurantes (DICARES) es una organización que agrupa a las principales cadenas de restaurantes en el país, encabezadas por reconocidas empresas tales como:

- **Grupo Asea** (que opera Starbucks, Burger King, Chili's, Italianni's, PF Chang's, entre otras).
- **Grupo CMR** (Wings, Fonda Mexicana, Red Lobster, Olive Garden, The Capital Grille, por citar algunos).
- **Grupo Gigante** (responsable de la cadena de restaurantes Toks).
- **Grupo Anderson's** (opera Porfirio's, Señor Frog's, Carlos'n Charlie's, entre otros).
- **Grupo Hunan** (Hunan, Prosecco, Aida, Lampuga, Trastevere, entre otros).
- **Grupo Urban** (Tori Tori)
- **Grupo Codiga** (Sushi Itto, Canarias, Le Pain Quotidien)
- Restaurantes El Cardenal

FUENTE: Universidad del Claustro de Sor Juana

INICIO



Mifel el banco que te paga por ahorrar:

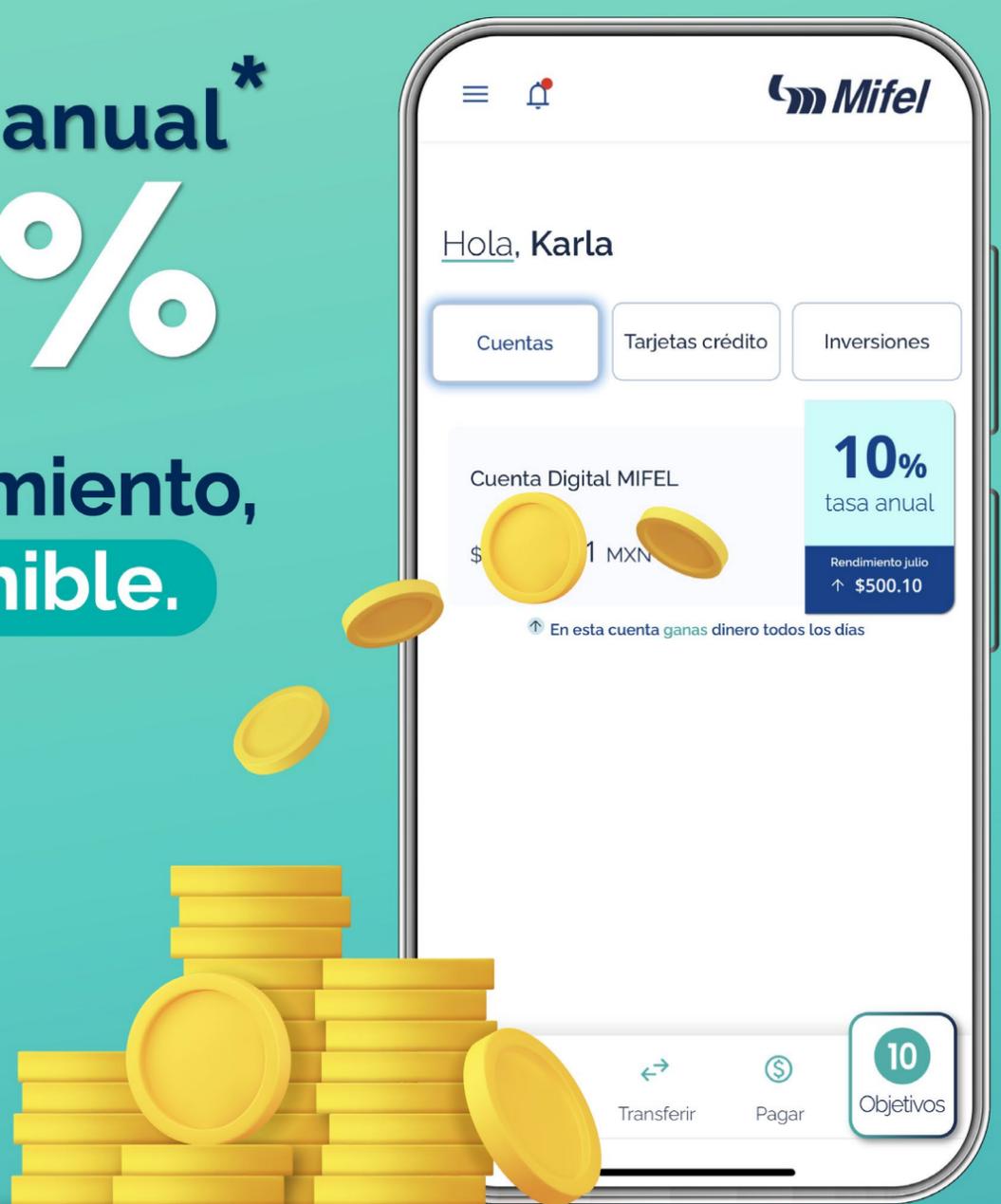
10% anual*

tu dinero y rendimiento,
siempre disponible.

Abre tu cuenta



en solo 5 minutos



GAT para fines informativos y de comparación a partir de \$100 pesos (cien pesos 00/100 m.n.) **GAT nominal de 10.52% anual antes de impuestos. GAT real de 6.51%.** La **GAT real** es el rendimiento que obtendría después de descontar la inflación estimada. *La tasa de interés fija anual bruta es de 10.00%. Consulta **Términos y Condiciones, requisitos de contratación, unidad monetaria, cobertura geográfica, comisiones y folleto informativo** en www.mifel.com.mx. Fecha de cálculo de **GAT Nominal y Real:** 25 de septiembre de 2024, vigentes al 31 de diciembre de 2024. Vigencia de la promoción del 01 de octubre de 2024 hasta el 31 de diciembre de 2024. Producto garantizado por el IPAB hasta por 400 mil UDIS por persona, por banco. Para mayor información consulta la página www.ipab.org.mx. La marca MIFEL es una marca registrada propiedad de GRUPO FINANCIERO MIFEL S.A. DE C.V.

INICIO





Turismo

YA VIENE EL TIANGUIS TURÍSTICO 2025 EN BAJA CALIFORNIA

La cultura gastronómica, el folclore y la gran belleza de Baja California enmarcarán el Tianguis Turístico 2025 que se realizará del próximo 28 de abril al primero de mayo en el Baja California Center, en Playas de Rosarito.

La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, y el secretario de Turismo de Baja California, Miguel Aguíñiga Rodríguez, destacaron que la edición 49 del Tianguis Turístico será la primera en tener un carácter México-americano, con actividades en Baja California y en San Diego, para responder al interés creciente que existe por parte de los compradores de Estados Unidos y Canadá por los destinos mexicanos.

En la presentación, que se realizó en el salón Adolfo López Mateos del Complejo Cultural Los Pinos, se anunció que el Tianguis contará con cuatro pabellones y presentará el Festival del Taco en el que cada estado de la República Mexicana ofertará dos tacos emblemáticos y representativos de su región.

La secretaria de Turismo resaltó que hasta el momento se tiene la confirmación de los 32 estados de la República, así como la asistencia de 300 *hosted buyers*, de los cuales el 80 por ciento son provenientes de Estados Unidos y Canadá, el resto vendrán de Europa, Asia y Latinoamérica.

Añadió que el Tianguis Turístico ha roto récord con 924 compradores de 624 empresas provenientes de 26 países del mundo, de los cuales 40 por ciento son de Estados Unidos y Canadá.

Rodríguez Zamora precisó que, en una superficie de 26 mil metros cuadrados con un aforo de entre 10 y 15 mil personas, en la máxima fiesta del turismo en América, las y los turistas podrán conocer la grandeza y lo que hace diferente a México de otros países, su cultura milenaria, sus tradiciones prehispánicas preservadas y representadas en sus danzas, artesanías y gastronomía; en consecuencia continuará en incremento la llegada de visitantes que impactará en la derrama económica para las comunidades, Pueblos Originarios y Afrodescendientes.





“El Tianguis Turístico no se limitará al centro de exposiciones, que es el lugar donde sucede la actividad comercial, las citas de negocios, los intercambios de productos turísticos de venta para los estados, también se realizarán activaciones en municipios como Ensenada, Tijuana y Valle de Guadalupe, lo que dará promoción y presencia a Baja California”.

En este evento se darán importantes anuncios que fortalecerán la actividad turística, como el relanzamiento de la plataforma Visit México que incluirá inteligencia artificial, mapas dinámicos y experiencias inmersivas para mejorar la personalización de contenidos enfocados a las y los viajeros; así como el lanzamiento de “La Gran Escapada, El Buen Fin del Turismo”, una iniciativa conjunta con la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (Concanaco Servytur) que busca incentivar el turismo mediante promociones y ofertas exclusivas en hospedaje, transporte y actividades turísticas.

En este marco, en San Diego, Estados Unidos, se llevarán a cabo activaciones como el evento Ventana a México en Liberty Station; se instalará un Punto México en el Consulado de San Diego, donde se exhibirán artesanías, productos locales y destinos turísticos de México, que mostrará la diversidad de experiencias que nuestro país ofrece.

Por su parte, Aguiñiga Rodríguez comentó que esta edición del Tianguis Turístico, que por primera vez se celebrará en el norte de México, ha generado una gran expectativa en la industria, lo que demuestra el interés y la confianza en Baja California como sede de eventos de alto impacto.

Destacó que esta es una oportunidad inigualable para mostrar la riqueza y diversidad turística de la entidad. Desde sus impresionantes paisajes naturales hasta su gastronomía, vinos y cervezas de calidad internacional, Baja California está lista para recibir a visitantes y profesionales del sector con una oferta atractiva y competitiva.

Acompañaron a los funcionarios, Luis Antonio Zaldívar Sánchez, presidente de la Cámara Nacional de Autotransporte de Pasaje y Turismo; Ignacio Alarcón Rodríguez Pacheco, presidente de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados; Felipe Cervantes Vega, presidente de la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes; María de Lourdes Prieto Márquez, presidenta ejecutiva del Consejo Nacional Empresarial Turístico; Enrique Calderón, vicepresidente de Operación Hotelera de Grupo Posadas, entre otros invitados especiales.

Consulta las actividades y noticias de este magno evento en www.tianguisturistico.com

TEXTO: Azucena Suárez

INICIO



AMR
ASOCIACIÓN MEXICANA
DE RESTAURANTES, A.C.
DESDE 1948

CAPACITACIÓN AMR

BOLETÍN
AMR-DICARES

Control de costos de alimentos y bebidas

MARZO

24 y 25

lunes

martes

9:00 a 14:00 hrs.



Temario

1. La importancia del costo de alimentos y bebidas en los resultados de la empresa.
2. Gastos de operación y la importancia en los resultados.
3. Definición del concepto del control y sus características.
4. Definición del costo de alimentos y bebidas.
5. Etapas del control en el proceso operativo.
6. Identificación de las causas de desviaciones del costo.
7. Costeo de recetas, catálogo de recetas.
8. Compras, control, políticas y reportes.
9. Almacén, control, políticas.
10. Inventarios, toma de inventarios, control, rotación de inventarios.
11. Cocina, reportes, recomendaciones de control.
12. Ventas y caja, control.
13. Reportes mensuales de costos.
14. Indicadores e informes para evaluar la eficacia del control de costos.
15. Comité de costos.
16. Autoevaluación del control de costos.

Instructor

Fernando del Moral Muriel



Superior de Gastronomía: Av. Sonora 189, Hipódromo Condesa, CDMX

\$2,000 SOCIOS

\$2,800 NO SOCIOS

f @AMRrest

INSCRÍBETE

Noemi Alarcón · nalarcon@amr.org.mx · T. 55 5250 1146

INICIO



En la cocina, cada segundo cuenta

Haz que todo fluya con Toteat, el software todo-en-uno que tu restaurante necesita.

Ver Más



toteat

software para
restaurantes

INICIO





Gastronomía

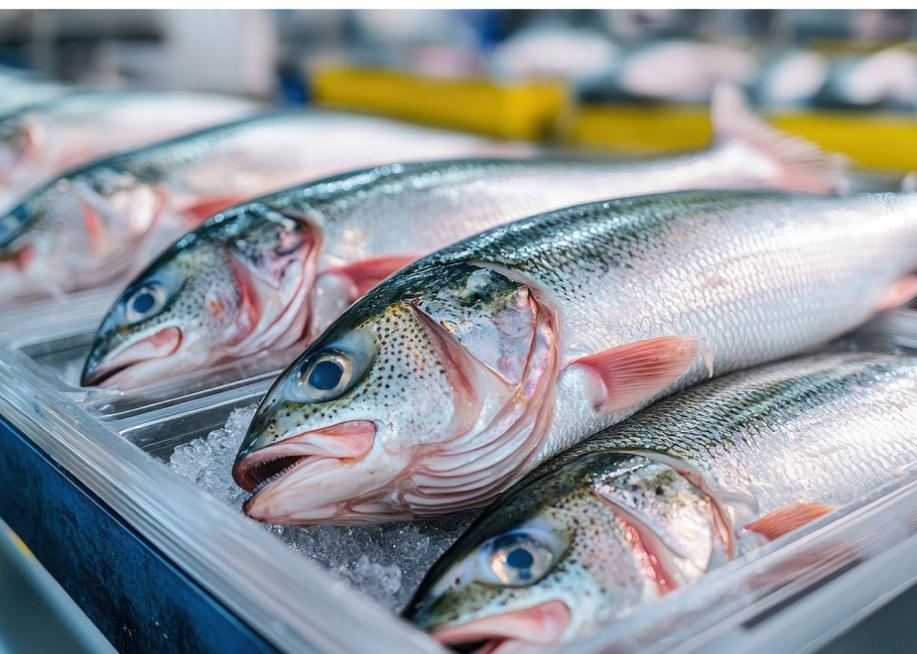
Los pescados y mariscos son una excelente fuente de proteína y de grasas buenas como el Omega 3, sin embargo, hay que estar atentos a su calidad, ya que pueden convertirse en alimentos potencialmente peligrosos para la salud. Por eso te damos algunos tips para que en esta Cuaresma, y siempre, elijas productos seguros y de calidad.

TIPS PARA ELEGIR PESCADOS Y MARISCOS FRESCOS, ¡TOMA NOTA!

PESCADOS EN GENERAL

- Aroma: nunca olor a pescado. Siempre fresco, como a mar o agua salada.
- Ojos: brillantes, nunca opacos.
- La carne es retráctil al tacto.
- La piel debe de ser brillante y no pegajosa.
- En caso de comprarlo entero, observa que las branquias se vean brillantes.
- En caso de comprar en filete, checa que la carne no esté maltratada y que esté en refrigeración o cama de hielo.





Salmón

- El color de la carne debe ser más rosada o anaranjada, además de uniforme.
- Textura homogénea.

Atún

- Tono rojizo y uniforme para el atún rojo.
- El atún blanco tiene una carne aún con tonos rosados, pero notablemente más clara.
- Sin manchas negras o de aspecto sangriento.
- Se deben de ver algunas tiras de grasa dentro del músculo, lo cual provee jugosidad.

Pescados de carne blanca

- En caso de comprar por filete, checa que tengan la piel para tener otra referencia de la especie.

MARISCOS EN GENERAL

Los mariscos se distinguen por no tener un esqueleto en el interior, y podemos encontrar diferentes tipos. Procura que tengan un aspecto

fresco, que estén sobre una cama de hielo o en refrigeración y que tengan un sutil aroma marino.

Crustáceos

- Crudos pueden ser de tonos violetas o marrones.
- De preferencia deben de tener la cabeza unida.
- Sin manchas.
- Sin aroma desagradable o muy intenso.
- **Camarón fresco:** de tamaño homogéneo, con olor a mar, sin manchas en la piel y en temperatura de fría, nunca a temperatura ambiente.
- **Langostas y cangrejos:** elegir vivos.

Moluscos

- Piel suave, lisa y sin manchas.
- Nunca agrietados o rotos de sus conchas.
- En caso de comprar sin conchas o ya abiertos, elige mejor los sellados al vacío.
- En caso de comprar vivos, checa que la concha se cierre al tacto.
- **Pulpo:** debe tener la carne firme, fresca pero no pegajosa, y con ligero olor a pescado.

Ahora sí, ¡estás listo para la Cuaresma! En 2025, este periodo va del 5 de marzo al 17 de abril.

FUENTE: Food and Travel México

INICIO





Responsabilidad Social

Gracias por haber sido parte de la 2 edición de "Platillo Solidario: de la pasión culinaria a la acción humanitaria".

Desde Médicos Sin Fronteras (MSF) queremos agradecerle por tu participación y hacer un gran reconocimiento al compromiso que tuviste en esta Iniciativa Solidaria gastronómica que estuvo vigente del 1° de noviembre al 15 de diciembre de 2024.

Para nosotros la transparencia y rendición de cuentas son muy importantes y es por esto que queremos compartir contigo los resultados que logramos juntos:

Se inscribieron 34 restaurantes, de los cuales, 28 están ubicados en CDMX, 1 en el Estado de México, 1 en Oaxaca, 1 en Hidalgo, 1 en Yucatán y 2 en Tabasco.

Todos los restaurantes se comprometieron a donar un porcentaje de la venta del Platillo Solidario y no solo eso, también nos ayudaron a visibilizar y difundir nuestro trabajo humanitario ¡Muchas gracias!

COMPARTIMOS CONTIGO LOS RESULTADOS DE PLATILLO SOLIDARIO 2024

En cuanto el recaudo, MSF recibió las donaciones de 30 restaurantes, por un monto total de \$373,484.57, esta donación nos permitió fortalecer nuestras operaciones durante diciembre y enero y entregar 1,131 kits de alimentación para la población migrante en México, quienes también dicen muchas gracias desde distintos lugares de la República.

Agradecemos mucho la colaboración del chef Juan Arroyo, quien nos acompañó como embajador y al equipo del restaurante Carajillo como anfitriones durante el evento de lanzamiento de campaña.

También expresamos nuestro agradecimiento por el apoyo brindado a la Asociación Mexicana de Restaurantes (AMR), a los influencers y los medios de comunicación aliados.

Deseamos contar con tu participación en este 2025, con el firme propósito de seguir llegando a donde nadie más está y brindar asistencia médica-humanitaria a quienes más lo necesitan.

¡Contamos contigo en la edición 2025 para continuar marcando la diferencia!



FUENTE: Médicos Sin Fronteras

INICIO

Si quieres
comerte al mundo,
empieza por
comerte lo del refri.



PACTO *para* COMIDA
JUNTOS VS. LA PÉRDIDA
Y EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS
enmexicolacomidanosetira.org



INICIO





Vino

Salomón Abedrop, presidente del Consejo Mexicano Vitivinícola, habla sobre el crecimiento del vino mexicano y revela que uno de los retos para 2025 es buscar la Indicación Geográfica de nuestros vinos, certificación clave para proteger su origen.

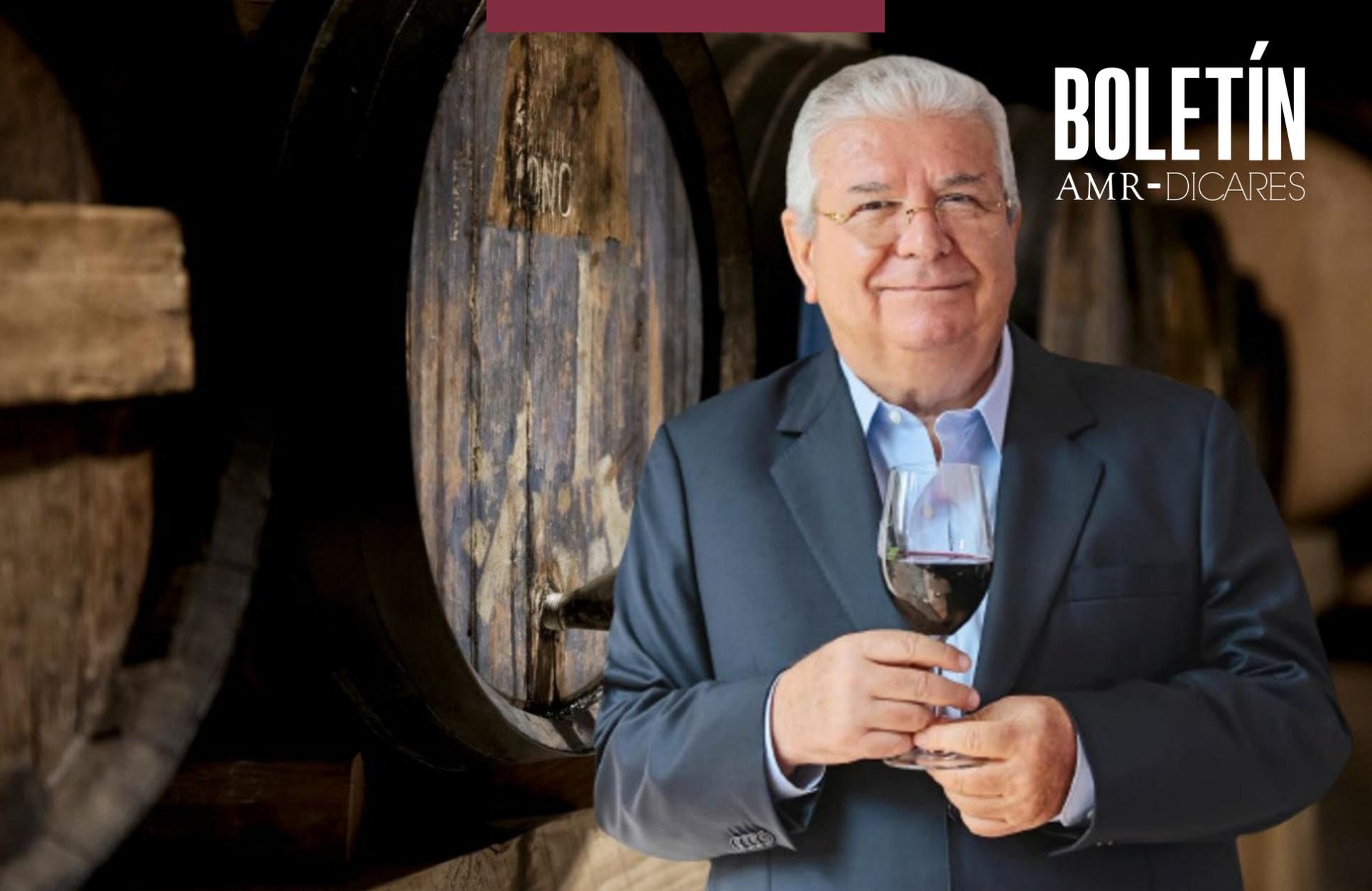
Hablar de vino mexicano es hablar de una industria que avanza a paso firme, consolidándose como un actor relevante en el escenario gastronómico global. Con una visión estratégica, Salomón Abedrop, presidente del Consejo Mexicano Vitivinícola (CMV), nos muestra un panorama que permite entender el presente y el futuro de una industria que crece entre viñedos, medallas y retos por conquistar.

MÉXICO, TIERRA DE VINOS: LA INDUSTRIA VITIVINÍCOLA NACIONAL BAJO LA LUPA

Hoy, 17 estados de la República producen uva industrial, abarcando el 53% de las entidades federativas. Con más de 9,430 hectáreas plantadas para vino y al menos 550 proyectos vitivinícolas registrados, el sector emplea directamente a más de 500 mil personas en el sector primario. Sin embargo, este crecimiento no ha sido lineal ni sencillo. De hecho, uno de los principales retos para el Consejo Mexicano Vitivinícola en 2025 es avanzar con el proceso para lograr la Indicación Geográfica del Vino Mexicano, una certificación clave para proteger el origen y la calidad de los vinos nacionales, colocándolos al nivel de productos emblemáticos como el tequila o el mezcal.

El consumo per cápita en México alcanzó 1.38 litros anuales, un avance considerable si se recuerda que hace apenas una década no superaba el medio litro. “Lo más relevante es que 39 de cada 100 botellas descorchadas en México ya son mexicanas, un logro de mercado significativo, sobre todo considerando que, en Francia y España, los vinos nacionales dominan con más del 85% de participación”. Sin embargo, el crecimiento implica nuevos desafíos: para mantener esta participación y este consumo, México necesita aumentar sustancialmente la superficie plantada.





El reto de crecer: hectáreas y percepción

En palabras de Abedrop, el mercado evoluciona más rápido que el campo. Plantar una nueva hectárea de vid y llevarla a una producción de calidad toma entre cuatro y cinco años, mientras que el consumidor exige más vino mexicano ya. Por eso, el CMV ha emprendido una cruzada para sumar a más agricultores al sector, invitando a productores de nuez, maíz o frutales a cambiar o también cultivar vid, garantizándoles un cliente seguro: las bodegas mexicanas.

Pero la tierra y el clima no son los únicos retos. A pesar de que los vinos mexicanos han ganado más de 2,500 medallas internacionales –con Coahuila como la región más premiada– la percepción de algunos consumidores nacionales sigue siendo ambivalente. Durante años, el vino mexicano cargó con el estigma de la inconsistencia, una historia que hoy ha cambiado, pero que aún requiere un esfuerzo de comunicación y confianza.

La calidad como bandera

Desde el CMV, Abedrop ha definido objetivos clave: mantener unida a la industria, fomentar el crecimiento sustentable de viñedos y bodegas, y cuidar la marca “vino mexicano”, asegurando que sea sinónimo de calidad. *“México no puede competir en precio frente a gigantes como Argentina o España, aunque ahí vamos cada vez*

más cerca, ya podemos encontrar muy buenos vinos desde 200 pesos, donde bodegas de miles de hectáreas logran economías de escala. Nuestro diferencial siempre es la calidad, y es la única carta que nos asegurará un lugar en la mesa global”, afirma el presidente.

Ese compromiso con la calidad es tangible: las bodegas mexicanas no solo participan, sino que destacan en concursos internacionales de prestigio como Vinalies en Francia, Bacchus en España y Decanter en Reino Unido, ganando medallas de oro y reconocimiento mundial.

El vino mexicano en casa y fuera de ella

El mercado mexicano tiene particularidades relevantes: el 69% de lo que se bebe es vino tinto, seguido por el blanco (16%), espumoso (10%) y rosado (5%). El 33.7% de las botellas mexicanas cuestan menos de 300 pesos, lo que revela una oportunidad clave: conquistar al consumidor que hoy sigue prefiriendo vino extranjero en ese rango de precio. Además, solo el 3.7% de la producción nacional se exporta, lo que muestra un camino aún por recorrer.

Para fortalecer el mercado interno, el CMV firmó un convenio con CANIRAC para capacitar a meseros y personal de restaurantes, asegurando que el vino mexicano no solo esté en las cartas, sino que se recomiende con conocimiento y seguridad. Así, cada restaurante puede convertirse en un embajador del vino nacional.



De Baja a Nayarit: una geografía de vinos emergente

Si algo ha caracterizado al vino mexicano en los últimos años es su expansión geográfica. De los tradicionales valles de Baja California y Parras en Coahuila, hoy el mapa vitivinícola abarca 17 estados, incluyendo regiones emergentes como Hidalgo y Nayarit, que buscan consolidar proyectos enoturísticos y una nueva identidad vinícola.

Abedrop destaca el potencial de estos nuevos *terroirs*, especialmente en Nayarit, donde un productor con apenas cuatro hectáreas ya logró medallas internacionales. Este crecimiento descentralizado permitirá que el vino mexicano refleje no solo calidad, sino también diversidad.

El Consejo Mexicano Vitivinícola agrupa a cerca del 85% de los productores nacionales, desde gigantes como Casa Madero hasta pequeños proyectos familiares. Su labor es clara: representar, unir, promover y defender a la industria.

Salomón Abedrop lo resume en una frase: “El vino mexicano es de muy buena calidad, no les va a fallar”. Con una oferta que abarca desde etiquetas accesibles por debajo de 200 pesos hasta vinos premium de clase mundial, México está en el camino correcto para que, en un futuro no tan lejano, el vino mexicano no sea una opción, sino la primera elección en las mesas del país.



FUENTE: El Economista · Bistronomie

INICIO



Gastronomía

El presidente de la Academia Mexicana de Gastronomía lidera los esfuerzos por la salvaguarda de la gastronomía mexicana fomentando tradición, innovación y sostenibilidad.

La gastronomía mexicana es mucho más que recetas y platillos: es historia, tradición y pasión. Y si hay alguien que encarna esta visión es Gabriel Cárdenas Cornish, presidente de la Academia Mexicana de Gastronomía, quien tiene claro que su labor va más allá de un simple reconocimiento: su objetivo es salvaguardar, difundir e impulsar la cocina mexicana en todas sus expresiones.

“LA COCINA MEXICANA ES TRADICIÓN Y CONSTANTE EVOLUCIÓN”: GABRIEL CÁRDENAS CORNISH

“Nuestra cocina no es únicamente el tema de los sabores, también de los colores, las texturas, los aromas. Cuando vas a un mercado y ves los puestos de frutas, de especias, de flores, eso te transporta a la infancia, a la tradición, a nuestros recuerdos más arraigados”, explica Cárdenas Cornish con pasión.

Desde su posición como líder de la Academia, Cárdenas Cornish ha trabajado en fortalecer la conexión entre el conocimiento ancestral y la formación académica, permitiendo que nuevas generaciones de chefs y cocineros tradicionales puedan enriquecer y preservar el vasto legado gastronómico de México. *“Hoy en día, tenemos una combinación entre la tradición que se transmite de boca en boca y la especialización de las escuelas, lo que nos permite tener una cocina dinámica y en constante evolución”, destaca.*





Bajo su liderazgo, la Academia ha impulsado proyectos clave como la certificación de restaurantes para garantizar que los establecimientos que ofrecen comida mexicana en el extranjero cumplan con los más altos estándares de autenticidad. También ha promovido la recuperación de ingredientes en riesgo de desaparecer, como una calabacita de la península de Yucatán, que gracias al trabajo de chefs e investigadores, está volviendo a cultivarse de manera más extensa.

“Los ingredientes son el alma de nuestra cocina. Hay productos que, si no los rescatamos, pueden perderse para siempre. Nos corresponde asegurarnos de que sigan presentes en nuestras mesas y en las de futuras generaciones”, enfatiza.

Su visión de la gastronomía no solo abarca la conservación, sino también la innovación. *“Desde la llegada de los españoles, nuestra cocina se ha enriquecido con influencias y nuevas técnicas. Hoy vivimos otra gran revolución culinaria con la llegada de tecnologías que permiten nuevas texturas y experiencias gastronómicas sin perder nuestra esencia”.*

Cocina mexicana reconocida en Europa

El impacto de su trabajo ha traspasado fronteras. Recientemente, Cárdenas Cornish fue invitado a España para reunirse con el rey Felipe VI, donde presentó el trabajo que la Academia ha realizado en favor de la sustentabilidad gastronómica. *“El desperdicio de alimentos en el mundo es bestial. Debemos generar conciencia sobre el uso responsable del agua, el reciclaje y la correcta administración de los recursos en la industria restaurantera”, explica.*

La bebida también juega un papel clave en la identidad gastronómica de México, y en ese sentido, Cárdenas Cornish destaca el auge del tequila, el mezcal y los vinos nacionales. *“Hace una década, el mezcal era desconocido en muchos lugares; hoy es un referente mundial. Lo mismo pasa con nuestros vinos, que ya compiten en certámenes internacionales”.*

En este encuentro también se destacó la labor de la Academia Mexicana de Gastronomía en la promoción de la gastronomía regional. Gracias a esta iniciativa, en 2025, Yucatán fue nombrada “Capital Iberoamericana de la Gastronomía”, un reconocimiento que resalta la riqueza culinaria del estado y su importancia dentro del mapa gastronómico global. Este logro consolida a México como una referencia culinaria en Iberoamérica y refuerza el compromiso de la Academia con la preservación y difusión de nuestras tradiciones.

A pesar de su posición como referente en la industria gastronómica, para Gabriel Cárdenas su pasión por la cocina sigue siendo personal y emotiva. *“Cocino para la gente que quiero. Es un momento para reunirnos, compartir y crear recuerdos”, confiesa.* No tiene un platillo favorito, sino que se deja guiar por los ingredientes de temporada y la inspiración del mercado: *“Voy viendo qué hay disponible y, con eso, voy armando en mi cabeza lo que voy a cocinar”.*

La labor de la Academia Mexicana de Gastronomía y de su presidente es un testimonio del amor y compromiso con la cocina mexicana. Su trabajo no solo protege nuestra tradición, sino que la proyecta hacia el futuro con innovación y sustentabilidad. Como él mismo dice: *“La gastronomía mexicana es un ritual, una celebración, y es nuestra responsabilidad hacer que perdure”.*



MCCORMICK®

ATRÉVETE A PROBARLOS NUEVA IMAGEN



[@HerdezFS](#) [@herdezfoodserviceoficial](#) [@herdezfoodservice](#) [Herdez Food Service](#) [Herdez Food Service](#) [www.herdezfoodservice.com.mx](#) Llama al 01 (800) 2289 HFS (437)



INICIO

